



---

## **Коммуникационный план: COVID-19 и Группа «Илим»**

# Содержание

---

## Обзор

**Внешние коммуникации**

**Внутренние коммуникации**

**Еженедельные медиапланы**

## Обзор

---

- Группа «Илим» внимательно следит за ситуацией с эпидемиологической обстановкой в мире и в России, а также проводит процедуру постоянного мониторинга потенциального воздействия эпидемии на все существенные аспекты деятельности компании.
- Группа «Илим» принимает активное участие в жизни регионов присутствия, находится на постоянной связи с администрациями по вопросам потребности медицинских учреждений в средствах защиты и оборудования. Компания имеет ресурсы и возможности помощи муниципалам и населению.
- Все комбинаты Группы «Илим» продолжают работу штатно и в режиме повышенной готовности. Компания предпринимает все необходимые действия, чтобы обеспечить безопасность и сохранить здоровье сотрудников, снизить риск заболевания людей.
- Часть сотрудников переведена на удаленную работу, люди старшего возраста, наиболее подверженные вирусу, освобождены от работы и отправлены на обязательный домашний карантин.
- На территории филиалов Группы «Илим» расположены и продолжают работать объекты жизнеобеспечения городов: ТЭЦ и очистные сооружения. Не допустить останова их работы – критически важно для города.
- Группа «Илим» выполняет все обязательства перед партнерами, соблюдает все договоренности как по объемам производства всей номенклатуры ЦБП-продукции, так и по срокам ее поставок.
- Стратегический рынок компании – Китай – стабилизировался. Взаимодействие с партнерами (логистические компании, трейдеры, заводы-производители) происходит в обычном режиме.
- Правительственной комиссией по повышению устойчивости российской экономики Группа «Илим» включена в список системообразующих организаций. Эти компании находятся под особым контролем, поскольку любые осложнения в их работе могут повлечь за собой серьезные последствия для экономики и социальной сферы.
- Компания выражает уверенность, что благодаря слаженным действиям властей как в России, так и в мире, контрольные и профилактические меры позволят сдержать пандемию.

# Содержание

---

Обзор

**Внешние коммуникации**

**Внутренние коммуникации**

**Приложение**

# Целевые аудитории внешних коммуникаций

---

## Международный уровень:

- International Paper
- Партнеры
- Клиенты (действующие и потенциальные)
- Международные СМИ: общественно-деловые и профильные
- Профессиональное сообщество

## Федеральный уровень:

- Бизнес-сообщество
- Клиенты (действующие и потенциальные)
- Представители федеральной исполнительной/законодательной власти
- Федеральные надзорные органы
- Федеральные СМИ: общественно-деловые и профильные
- Общественные организации (РАО «Бумпром», РСПП и т.п)

## Региональный уровень:

- Представители региональной исполнительной/законодательной власти
- Региональные надзорные органы
- Жители региона (в том числе потенциальные сотрудники компании)
- Региональные СМИ: общественно-деловые и профильные
- Общественные организации

# SWOT-анализ

## Сильные стороны (S)

- Безопасность на предприятиях ГИ позволит избежать заражения и закрытия производств.
- Публичное информирование сотрудников компании, а также остальной ЦА позволит повысить бдительность в целом
- Уверенность партнеров в надежности поставок и контроле ГИ за ситуацией
- Социальная ответственность ГИ (помощь медучреждениям регионов)
- Лояльность со стороны федеральных и региональных властей, жителей регионов присутствия и тп

## Слабые стороны (W)

- Появление информации о COVID спустя месяц после объявления о пандемии минимизирует эффект уникальности сообщений (многие компании используют одни и те же меры по профилактике и контролю и уже о них рассказали)
- Рынок B2B ограничен по возможностям применения прямых р-акций в отношении жителей регионов присутствия (B2C более мобилен и заметен, обладает бОльшим «арсеналом» инструментов)
- Данная кампания напрямую не влияет на финансовые показатели и продажи на рынках, где наблюдается резкий экономический спад и ограничения в связи с пандемией

## Возможности (O)

- Публичное распространение информации повысит лояльность ЦА к деятельности ГИ в условиях пандемии
- Перманентное присутствие в информационном поле позволит нивелировать репутационные риски в случае появления негативной информации (о заражении в ГИ, например)
- Информирование о деятельности ГИ в условиях пандемии позволит держать во внимании ЦА и пролонгировать интерес к работе компании целом (поскольку все мероприятия компании во внешней среде отменены до июля 2020)

## Угрозы (T)

- Заражение на предприятии повлечет финансовые (остановка действующего производства) и репутационные (негативные сообщения в СМИ) риски
- Негативная оценка мер по профилактике и контролю за распространением COVID-19 со стороны сотрудников компании (не хватает санитайзеров, масок и тп)
- Негативная оценка или даже паника жителей моногородов (УИ и Коряжма) в случае выявления заражения
- Остановка реализации крупнейших инвестпроектов, в частности УИ ЦКК
- Отсутствие лояльности к бренду и сложности в поиске персонала на инвестпроекты
- Негатив со стороны местных властей о недостаточных мерах по нераспространению заболевания

## Цели внешних коммуникаций: (1/3)

Уровень коммуникации	Цели коммуникации и ключевые тезисы
<p><b>Международный уровень:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• International Paper</li> <li>• Партнеры</li> <li>• Клиенты (действующие и потенциальные)</li> <li>• Международные СМИ: общественно-деловые профильные, аналитические (RISI)</li> <li>• Общественные и другие некоммерческие организации (ВОЗ, FSC, PEFC, PPI )</li> </ul>	<p>Безопасность на производстве:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ГИ тщательно следит за ситуацией на своих предприятиях, осуществляет необходимые меры профилактики и контроля за сотрудниками, которые работают на производстве</li> <li>• 25% персонала компании переведены на удаленный режим работы до 30 апреля</li> <li>• Отменены все очные мероприятия до июля 2020</li> </ul> <p>Клиенты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ГИ выполняет все обязательства перед клиентами – как по объемам производства всей номенклатуры ЦБП-продукции, так и по срокам ее поставок</li> <li>• Логистика и цепочка поставок – работают в штатном режиме, ГИ удалось максимально оперативно адаптироваться к сложившейся ситуации в мире</li> <li>• Стратегический рынок компании в Китае нормализовался. Взаимодействие с партнерами (логистические компании, трейдеры, заводы-производители) происходит в штатном режиме.</li> </ul>

## Цели внешних коммуникаций: (2/3)

Уровень коммуникации	Цели коммуникации и ключевые тезисы
<p><b>Федеральный уровень:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Бизнес-сообщество в РФ</li> <li>• Клиенты (действующие и потенциальные)</li> <li>• Представители исполнительной/законодательной властей</li> <li>• Надзорные органы</li> <li>• Федеральные СМИ: общественно-деловые и профильные</li> <li>• Общественные организации</li> </ul>	<p><b>Безопасность на производстве:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Группа «Илим» в списке системообразующих организаций страны. Закрытие предприятий ГИ может повлечь за собой серьезные последствия для экономики и социальной сферы страны.</li> <li>• Все комбинаты Группы «Илим» продолжают работу штатно и в режиме повышенной готовности.</li> <li>• 25 % сотрудников переведены на удаленную работу, люди старшего возраста освобождены от работы и отправлены на обязательный домашний карантин</li> <li>• Командировки по РФ запрещены</li> <li>• Очные мероприятия отменены либо перенесены</li> </ul> <p><b>Клиенты:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ГИ выполняет все обязательства перед клиентами – как по объемам производства всей номенклатуры ЦБП-продукции, так и по срокам ее поставок</li> <li>• Логистика и цепочка поставок – работают в штатном режиме, ГИ удалось максимально оперативно адаптироваться к сложившейся ситуации</li> </ul> <p><b>Социальная ответственность:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ГИ оказывает социальную помощь регионам присутствия</li> <li>• ГИ находится в постоянном контакте с местными властями и готова в случае необходимости оказать дополнительную помощь в борьбе с пандемией</li> </ul>

## Цели внешних коммуникаций: (3/3)

Уровень коммуникации	Цели коммуникации и ключевые тезисы
<p><b>Региональный и городской уровни:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Представители исполнительной/законодательной власти</li> <li>• Надзорные органы</li> <li>• Региональные СМИ: общественно-деловые и профильные</li> <li>• Общественные организации</li> <li>• Жители региона (в том числе действующие и потенциально сотрудники компании)</li> </ul>	<p><b>Безопасность на производстве</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Предприятия работают в штатно и в режиме повышенной готовности</li> <li>• Осуществляется контроль за сотрудниками, прибывшими из отпусков из зарубежных стран, и поддерживается режим по их самоизоляции.</li> <li>• В филиалах внедрены процедуры по предупреждению заболевания COVID-19 для водителей транспортных средств с учетом рекомендованных Роспотребнадзором эпидемиологических мероприятий</li> <li>• До июля 2020 года отменены либо перенесены на более поздний срок все очные мероприятия с участием сотрудников компании, в том числе юбилей и день компании.</li> </ul> <p><b>Социальная ответственность</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ГИ оказывает социальную помощь регионам присутствия</li> <li>• ГИ находится в постоянном контакте с местными властями и готова в случае необходимости оказать дополнительную помощь в борьбе с пандемией</li> </ul>

## Инструменты внешних коммуникаций

МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
УРОВЕНЬ

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ  
УРОВЕНЬ

ГОРОДСКОЙ И  
РЕГИОНАЛЬНЫЙ  
УРОВЕНЬ

Внешний сайт (версия на русском и английском языках)

Письма партнерам

Статьи, комментарии и тв сюжеты в СМИ

Социальные сети

# Содержание

---

Обзор

Внешние коммуникации

Внутренние коммуникации

Приложение

## Цель и задачи внутренних коммуникаций

---

**ЦЕЛЬ – повысить эффективность проводимых в компании мероприятий по борьбе с COVID-19 за счет информирования и вовлечения сотрудников**

### **ЗАДАЧИ:**

1. Поддержание имиджа компании как ответственного работодателя
2. Регулярное и своевременное информирование ЦА о ситуации
3. Распространение материалов по профилактике заболевания, симптомах и алгоритмах действий
4. Разъяснение приказов и распоряжений, издаваемых в период пандемии
5. Формирование ответственного поведения работника при угрозе COVID
6. Снижение напряженности, панических настроений в коллективе (как и наоборот, недооценки ситуации)
7. Привлечение работников на добровольной основе к проводимым профилактическим мероприятиям

## Целевые аудитории и ключевые темы

---

### Целевые аудитории:

- Все работники предприятий
- Сотрудники ЦО (удаленная работа)
- Руководители всех уровней на производстве
- Добровольцы-спасатели (как волонтерский ресурс)
- Семьи сотрудников

### Основные темы для коммуникации для всех ЦА внутри компании:

- Статистика и оценка ситуации
- Действия компании (планы и отчеты)
- Приказы и новые положения
- Профилактика заболевания
- Ответственность сотрудников (угроза для всех и последствия для компании)
- Новый формат работы и взаимодействия

## Тезисы коммуникации

---

- Группа «Илим» делает все необходимое, чтобы защитить сотрудников и предотвратить распространение вируса на территории предприятий компании
- В компании действует специальный штаб, который занимается исключительно вопросами противодействия COVID-19. Компания вкладывает ресурсы в различные направления (взять из материалов для внешних СМИ). Генеральный директор компании лично следит за ситуацией и ежедневно принимает решения по ней
- Группа «Илим» следит за ситуацией и делится достоверной и самой оперативной информацией с сотрудниками, чтобы мы все были готовы к действиям
- Компания разрабатывает специальные мероприятия и порядок работы на предприятиях, чтобы защитить сотрудников от угрозы вируса и остановки предприятия.
- Результат борьбы с распространением вируса – это усилия и ответственность всех сотрудников. Группа «Илим» делает все необходимое, и ждет от сотрудников помощи.
- Наша общая задача – не допустить распространение вируса на предприятиях компании. Заболеть может любой человек, поэтому задача каждого – следить за своим здоровьем и сообщать о любых симптомах заболевания вовремя.
- Самая большая опасность для нас всех сейчас – недооценка угрозы. Достаточно одного больного человека с COVID-19, чтобы через несколько дней заболели десятки сотрудников компании. Если кто-то ведет себя безответственно, долг других – сообщить о нарушениях.
- Соблюдение работниками мер безопасности, принятым в компании – единственная защита его самого и его семьи от заболевания.
- Каждый сотрудник компании может как доброволец помочь общему делу – борьбе с распространением вируса.
- Дистанционная работа требует внимательного и ответственного подхода. Компания ждет от вас четкой организации и выполнения в период самоизоляции.

# Инструменты внутренних коммуникаций



# Содержание

---

Обзор

Внешние коммуникации

Внутренние коммуникации

Еженедельные медиапланы

# Внешние коммуникации

## Медиаплан – апрель 2020 (неделя 13-19 апреля)



	13-19 апреля	Содержание
<b>Внешний сайт</b>	Создание отдельной вкладки на сайте ilimgroup.ru на русском языке «Илим против COVID-19» Аналог: <a href="https://www.evraz.com/ru/">https://www.evraz.com/ru/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Общая информация о том, какие меры безопасности и контроля осуществляет ГИ в связи с пандемией</li> <li>• Пресс-релизы компании в связи с COVID (темы: усиление мер безопасности на комбинатах, изменения во взаимоотношениях с партнерами, благотворительная помощь, заражения и тп)</li> <li>• Сюжеты о ГИ на ТВ</li> <li>• Видео из открытых источников о том, что такое коронавирус</li> <li>• Памятки о коронавирусе</li> </ul> Тестовая страница – среда 15.04
<b>Соцсети</b>	Размещение 3 постов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 13 апреля - пост о ситуации в компании в условиях пандемии (<i>повод - 11 апреля месяц как объявлена пандемия</i>)</li> <li>• 15 апреля - пост с памятками</li> <li>• 19 апреля – видео</li> </ul> Посты о COVID чередуются с постами о работе компании внутри (материалы ЕГ + бум искусство), чтобы не превратить аккаунт в сводку новостей о короне и не вызвать лишние вопросы и страхи
<b>Пресс-релиз</b>	2 пресс-релиза (на сайт и рассылкой в сми)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 13 апреля - пресс-релиз на федеральные и региональные сми + RISI</li> <li>• ? Апреля – о поставках в медучреждения (зависит от дат поставок)/ <i>короткие новости с фото о том, в какой город и что доставили</i></li> </ul>
<b>Сюжеты на ТВ</b>	Сюжеты о благотворительности (региональное тв)	Зависит от дат поставок
<b>Мониторинг крупного бизнеса</b>	Постоянно	Мониторинг сообщений/акций помощи и тп со стороны крупного бизнеса по теме COVID-19 (в том числе антикризис)

- Спикеры в области кризисных коммуникаций (заражения на объекте ГИ) на разных уровнях: Гендир и директор комбината

# Внешние коммуникации

## Медиаплан – апрель 2020 (неделя 20-26 апреля)



	20-26 апреля	Содержание
<b>Внешний сайт</b>	Наполнение вкладки «Илим против COVID-19»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Новость о начале поставок антисептика в Братск (видео)</li> <li>• Новость о поставках СИЗ в Коряжму (видео)</li> <li>• Новость о финпомощи ЦРБ в Братске (лаборатория) – текст</li> <li>• Видео на ТК «БСТ» - по теме помощи ЦРБ с участием А.Ванчукова и С. Серебренникова</li> <li>• новость «Добровольцы спасатели против COVID»</li> <li>• Обновление памяток о коронавирусе</li> </ul>
<b>Соцсети</b>	Размещение 3 постов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 апреля – пост о добровольцах и их работе в регионах</li> <li>• 22 апреля – сюжет о поставках защитных костюмов в Коряжме</li> <li>• 20 апреля – пост о поставках обеззараживающей жидкости в Братске</li> <li>• 22 апреля – пост об оказании помощи Центральной районной больнице в Братске</li> </ul>
<b>Сюжеты на ТВ</b>	Сюжеты о благотворительности (региональное тв)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 21 апреля - Поставка медоборудования в Братск</li> <li>• 23 апреля – оказание фин помощи Центральной районной больнице в Братске (сюжеты ТРК Братск и БСТ)</li> <li>• 22 апреля - Поставка СИЗ и медоборудования в Коряжму</li> </ul>
<b>Мониторинг крупного бизнеса</b>	Постоянно	Мониторинг сообщений/акций помощи и тп со стороны крупного бизнеса по теме COVID-19 (в том числе антикризис)

- Спикеры в области кризисных коммуникаций (заражения на объекте ГИ) на разных уровнях: Гендир и директор комбината

	27 апреля-3 мая	Содержание
<b>Внешний сайт</b>	Наполнение вкладки «Илим против COVID-19»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Новость о поставках масок и перчаток в Братск</li> <li>• Сюжет о поставках и учреждениях, куда были доставлены СИЗы в Братск (БСТ)</li> <li>• Обновление памяток о коронавирусе</li> <li>• ролик «Инструктаж по противодействию COVID»</li> </ul>
<b>Соцсети</b>	Размещение 3 постов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 28 апреля – пост о поставках в Братске</li> <li>• 30 апреля – пост ролика «Инструктаж по противодействию COVID»</li> <li>• 1 мая - «Добровольцы» помогают жителям городов(доставка еды)</li> <li>• Отработка негативных комментариев по теме «СИЗы на комбинатах», помощь в регионах и тп.</li> </ul>
<b>Сюжеты на ТВ</b>	Сюжеты о благотворительности (региональное тв)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30 апреля – поставки масок и перчаток в Братск (сюжеты на БСТ и ТРК «Братск»)</li> </ul>
<b>Мониторинг крупного бизнеса</b>	Постоянно	Мониторинг сообщений/акций помощи и тп со стороны крупного бизнеса по теме COVID-19 (в том числе антикризис)
<b>Сторонние ресурсы</b>	Компаниидобра.рф	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Участие в проекте: размещение новости о ГИ на ресурсе</li> </ul>

# Внешние коммуникации

## Медиаплан – май 2020 (4-10 мая)



	4 -10 мая	Содержание
<b>Внешний сайт</b>	Наполнение вкладки «Илим против COVID-19»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Новость о поставках масок (третья поставка) в Братск</li> <li>• Новость о поставке пульсоксиметров в Усть-Илимске</li> <li>• Новость о лаборатории ПЦР в Усть-Илимске</li> <li>• Обновление памяток о коронавирусе</li> </ul>
<b>Соцсети</b>	Размещение постов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 мая – пост о поставках масок в Братске</li> <li>• 5 мая - тестирование подрядчиков в Коряжме (лаборатории Helix)</li> <li>• 6 мая – пост о сертификации ПЦР-лаборатории в Усть-Илимске и фин. Помощи</li> <li>• 8 мая – пост о поставках пульсоксиметров в Усть-Илимске</li> <li>• Отработка негативных комментариев по теме «СИЗы на комбинатах», помощь в регионах и тп.</li> </ul>
<b>Сюжеты на ТВ</b>	Сюжеты о благотворительности (региональное тв)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 мая - сюжет на ИРТ (Усть-Илимск) о поставках пульсоксиметров</li> <li>• 6 мая – сюжеты на ТРК «Братск» и «БСТ» о поставках одноразовых и многоразовых масок</li> <li>• 7 мая – сюжет на ИРТ (Усть-Илимск) о ПЦР-лаборатории</li> </ul>
<b>Мониторинг крупного бизнеса</b>	Постоянно	Мониторинг сообщений/акций помощи и тп со стороны крупного бизнеса по теме COVID-19 (в том числе антикризис)

- Спикеры в области кризисных коммуникаций (заражения на объекте ГИ) на разных уровнях: Гендир и директор комбината

# Внешние коммуникации

## Медиаплан – май 2020 (неделя 11-17 мая)



	11-17 мая	Содержание
<b>Внешний сайт</b>	Наполнение вкладки «Илим против COVID-19»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Новость о поставках масок (четвертая поставка) в Братск</li> <li>• Новость о поставке облучателей в Коряжме</li> <li>• Новость о поставках бесконтактных термометров в Усть-Илимск</li> <li>• Обновление памяток о коронавирусе</li> </ul>
<b>Соцсети</b>	Размещение постов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 13 мая – пост о поставках масок в Братске</li> <li>• 14 мая – пост о поставках облучателей в Коряжме</li> <li>• 15 мая – пост о поставках бесконтактных термометров в Усть-Илимск</li> <li>• 15 мая - пост на основе текста публичного обращения врачей из Котласа</li> <li>• Отработка негативных комментариев по теме «СИЗы на комбинатах», помощь в регионах и тп.</li> </ul>
<b>ТВ</b>	Сюжеты о благотворительности (региональное тв)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15 мая - сюжет на БСТ (Братск) о поставках масок в город</li> <li>• 16 мая – сюжет на ИРТ (Усть-Илимск) о поставке бесконтактных термометров</li> </ul>
<b>Городские печатные и эл. СМИ</b>	Статьи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• статья в городской газете (УИ) об обязательной изоляции и тестировании подрядчиков</li> <li>• штрафы за несоблюдение профилактических мер (Коряжма)</li> </ul>
<b>Мониторинг крупного бизнеса</b>	Постоянно	Мониторинг сообщений/акций помощи и тп со стороны крупного бизнеса по теме COVID-19 (в том числе антикризис)

- Спикеры в области кризисных коммуникаций (заражения на объекте ГИ) на разных уровнях: Гендир и директор комбината

# Внешние коммуникации

## Медиаплан – май 2020 (неделя 18-24 мая)



	18-24 мая	Содержание
<b>Внешний сайт</b>	Наполнение вкладки «Илим против COVID-19»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Новость о поставке бесконтактных термометров в Братск</li> <li>• Новость о поставке бесконтактных термометров в Усть-Илимск</li> </ul>
<b>Соцсети</b>	Размещение постов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18 мая – пост о поставках бесконтактных термометров в Братск</li> <li>• 21 мая – пост о поставках бесконтактных термометров в Усть-Илимск</li> <li>• 24 мая - видео добровольцев-спасателей Усть-Илимска об использовании СИЗ («челлендж»)</li> <li>• Отработка негативных комментариев по теме «СИЗы на комбинатах», помощь в регионах и тп.</li> </ul>
<b>ТВ</b>	Сюжеты о благотворительности (региональное тв)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18 мая - сюжеты на БСТ и ТРК (Братск) о поставках бесконтактных термометров</li> <li>• 21 мая – сюжет на ИРТ (Усть-Илимск) о поставке бесконтактных термометров</li> </ul>
<b>Мониторинг крупного бизнеса</b>	Постоянно	Мониторинг сообщений/акций помощи и тп со стороны крупного бизнеса по теме COVID-19 (в том числе антикризис)

# Внутренние коммуникации

## Медиаплан – апрель 2020 (неделя 13-19 апреля)



	13-19 апреля	Содержание
<b>Внутренний портал (Инtranет)</b>	Обновление раздела «STOP COVID-19»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приказы руководства</li> <li>• Статус распространения коронавирусной инфекцией</li> <li>• Информационные бюллетени</li> <li>• Памятки для сотрудников</li> <li>• Ответы на вопросы сотрудников</li> </ul>
<b>Рассылки по эл. почте</b>	5 ключевых рассылок	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Статус распространения коронавируса (ежедневно) – вся компания</li> <li>• Информационные бюллетени №15 и №16 – вся компания</li> <li>• Обновление чек-листов – филиалы</li> <li>• Процедура заполнения Бланков контактов – ЦО</li> <li>• Правила доступа сотрудников в офис ЦО</li> </ul>
<b>Единая газета</b>	Тематические полосы COVID-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Статья «Бланк контактов»</li> <li>• Расписание движение спецтранспорта</li> <li>• Правила приема документов</li> <li>• Добровольцы-спасатели и коронавирус</li> <li>• Памятки «Протокол выхода из дома», «Протокол возвращения домой», «Симптомы ОРВИ. Останови вирус!»</li> <li>• Интервью с инфекционистом</li> <li>• Рубрика #сидимдома</li> <li>• Советы психолога</li> </ul>
<b>Наглядная агитация</b>	Плакаты, Видео, Аудио	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Видео «10 правил COVID»</li> <li>• Видео «Симптомы ОРВИ»</li> <li>• Аудио «Симптомы ОРВИ»</li> <li>• Памятка «Как не принести домой COVID»</li> <li>• Обновление визуализации в ЦО</li> </ul>

# Внутренние коммуникации

## Медиаплан – апрель 2020 (неделя 20-26 апреля)

	20-26 апреля	Содержание
<b>Рассылки по эл. почте</b>	5 ключевых рассылок	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Статус распространения коронавируса (ежедневно) – вся компания</li> <li>• Информационные бюллетени №16 – вся компания</li> <li>• Соц.опрос «Уровень осведомленности сотрудников о COVID-19»</li> <li>• Алгоритм действий при подозрении на COVID-19</li> </ul>
<b>Единая газета</b>	Тематические полосы COVID-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Интервью с А.А. Поздняковым об изолированном режиме работы</li> <li>• Инфографика «Стандарт по противодействию распространения COVID»</li> <li>• Ответы на вопросы горячей линии ERT</li> <li>• Алгоритм действий при подозрении на COVID-19</li> <li>• Извлечённые уроки «Подозрение на COVID на ЦКК»</li> </ul>
<b>Наглядная агитация</b>	Плакаты, Видео, Аудио	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Памятка Алгоритм действий при подозрении на COVID-19</li> <li>• Инфографика «Стандарт по противодействию распространения COVID»</li> <li>• Ролик «Инструктаж по противодействию COVID»</li> <li>• Визуальное оформление дополнительных мер предосторожности и профилактики в ЦО (стикеры, наклейки, тейбл тенты)</li> </ul>
<b>Внутренний портал (Инtranет)</b>	Обновление раздела «STOP COVID-19»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приказы руководства</li> <li>• Статус распространения коронавирусной инфекцией</li> <li>• Информационные бюллетени</li> <li>• Памятки для сотрудников</li> <li>• Ответы на вопросы сотрудников</li> </ul>

# Внутренние коммуникации

## Медиаплан – апрель-май 2020 (неделя 27 апреля-3 мая)



	27 апреля-3 мая	Содержание
<b>Рассылки по эл. почте</b>	8 ключевых рассылок	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Информационные бюллетени №17 – вся компания (включая:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Извлеченные уроки «Подозрение на COVID на ЦКК»</li> <li>- Алгоритм действий при подозрении на COVID-19</li> </ul> </li> <li>• Результаты соц.опроса «Уровень осведомленности сотрудников о COVID»</li> <li>• Работа компании в мае – продление ДС о дистанционном режиме</li> <li>• Дистанционное проведение вводных инструктажей по ОТ + инструктажа по COVID</li> <li>• Как правильно носить маску и утилизировать ее</li> <li>• Приказ «Мероприятия по нераспространению COVID-19»</li> <li>• Статус распространения коронавируса (ежедневно)</li> </ul>
<b>Единая газета</b>	Тематические полосы COVID-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Квартальное письмо К.Н. Сосниной (коронавирус, итоги I кв.)</li> <li>• Интервью А.М. Сухих, разъяснение темы «изолированный режим»</li> <li>• Интервью с И.А. Пироговой о выводе сотрудников на дистанционку и дальнейшую работу ДИТ.</li> <li>• Комментарий И.В. Чухломина о работе ОТ на дистанционке</li> <li>• Инфографика «Стандарт по противодействию распространения COVID»</li> <li>• Ответы на вопросы горячей линии ERT</li> <li>• Алгоритм действий при подозрении на COVID-19</li> <li>• Работа в «Аудит модерн» по COVID</li> <li>• Приказ «Мероприятия по нераспространению COVID-19»</li> </ul>
<b>Наглядная агитация</b>	Плакаты, Видео, Аудио	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Памятка Алгоритм действий при подозрении на COVID-19</li> <li>• Визуальное оформление дополнительных мер предосторожности и профилактики в ЦО (стикеры, наклейки, тейбл тенты)</li> </ul>
<b>Внутренний портал (Инtranет)</b>	Обновление раздела «STOP COVID-19»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приказы руководства</li> <li>• Статус распространения коронавирусной инфекцией</li> <li>• Информационные бюллетени</li> <li>• Памятки для сотрудников</li> </ul>

# Внутренние коммуникации

## Медиаплан – май 2020 (неделя 4-10 мая)

	4-10 мая	Содержание
<b>Рассылки по эл.почте</b>	4 ключевых рассылки	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Информационный бюллетень №18</li> <li>• Статус распространения коронавируса</li> <li>• Что делать со сбоями в работе домашних провайдеров?</li> <li>• Запреты и рекомендации на майских праздниках в регионах</li> </ul>
<b>Единая газета</b>	Тематические полосы COVID-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Интервью И.В. Чухломина</li> <li>• Алгоритм действий при подозрении на COVID-19 (упрощенная схема)</li> <li>• Дистанционный инструктаж для подрядчиков</li> <li>• Тестирование подрядчиков на коронавирус в Коряжме</li> <li>• Памятка как утилизировать использованную маску</li> <li>• Статья об открытии ПЦР-лаборатории в Усть-Илимске</li> </ul>
<b>Наглядная агитация</b>	Плакаты, Видео, Аудио	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Памятка как утилизировать использованную маску</li> <li>• Аудио для громкой связи в регионах «Инструктаж STOP COVID»</li> </ul>
<b>Внутренний портал (Инtranет)</b>	Обновление раздела «STOP COVID-19»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приказы руководства</li> <li>• Статус распространения коронавирусной инфекцией</li> <li>• Информационные бюллетени</li> <li>• Памятки для сотрудников</li> </ul>

# Внутренние коммуникации

## Медиаплан – май 2020 (неделя 11-17 мая)



	11-17 мая	Содержание
<b>Рассылки по эл.почте</b>	4 ключевые рассылки	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Информационный бюллетень №19</li> <li>• Статус распространения коронавируса</li> <li>• Что делать со сбоями в работе домашних провайдеров?</li> <li>• Работа сотрудников компании после 15 мая</li> </ul>
<b>Единая газета</b>	Тематические полосы COVID-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Схема действий при подозрении на COVID-19</li> <li>• Тестирование руководителей в Коряжме на антитела</li> <li>• Фотоотчеты о мерах предотвращения распространения заболевания на комбинатах</li> <li>• Изоляция подрядчиков в УИ</li> <li>• Обращение Котласских врачей</li> </ul>
<b>Наглядная агитация</b>	Плакаты, Видео, Аудио	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Плакат про использование и утилизацию одноразовых масок и перчаток (все форматы)</li> <li>• Плакат с упрощенной схемой действий при подозрении на COVID-19 (все форматы)</li> <li>• Плакат «Горячие телефоны» (все форматы)</li> </ul>
<b>Внутренний портал (Инtranет)</b>	Обновление раздела «STOP COVID-19»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приказы руководства</li> <li>• Статус распространения коронавируса</li> <li>• Информационные бюллетени</li> <li>• Памятки для сотрудников</li> </ul>

# Внутренние коммуникации

## Медиаплан – май 2020 (неделя 18-24 мая)

	18-24 мая	Содержание
Рассылки по эл.почте	3 ключевые рассылки	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Информационный бюллетень №20</li> <li>• Статус распространения коронавируса</li> <li>• Порядок массового тестирования сотрудников</li> </ul>
Единая газета	Тематические полосы COVID-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Правила для водителей въезжающих на промплощадки</li> <li>• Извлеченные уроки после НС в Усть-Илимске (трамвай)</li> <li>• Интервью А.М.Сухих про массовое тестирование сотрудников</li> <li>• Освещение ситуации с COVID-19 <b>в городах</b> присутствия</li> <li>• Вовлечение в соблюдение мер безопасности своим примером (сотрудники производств)</li> </ul>
Наглядная агитация	Плакаты, Видео, Аудио	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Инструкция «Алгоритм действий для сотрудников в офисе»</li> <li>• Инфографика по массовому тестированию на COVID</li> <li>• Плакат «Горячие телефоны» (все форматы)</li> </ul>
Внутренний портал (Инtranет)	Обновление раздела «STOP COVID-19»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приказы руководства</li> <li>• Статус распространения коронавируса</li> <li>• Информационные бюллетени</li> <li>• Памятки для сотрудников</li> </ul>

## Добровольцы-спасатели – корпоративный ресурс

Более 1300 сотрудников компании в корпоративном добровольческом движении, с четкой системой взаимодействия и управления

Группа Вконтакте – более 1000 участников

Текущий план работы, которую необходимо освещать:

- Создание команды активистов
- Санитарная обработка помещений
- Агитация по профилактике заболеваний
- Контроль уборки помещений, наличия антисептиков, соблюдения санитарных норм
- Исключение контакта смен
- Контроль за местами для курения
- Контроль за соблюдением дистанции
- Доставка товаров первой необходимости населению

